

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
1	direct droplet Transmission	Besucheraufkommen steuern	<a href="#">Online Angaben zum aktuellen Besucher-aufkommen</a>	Auf der Website wird das aktuelle Besucheraufkommen angezeigt (in Prozenten von der maximal erlaubten Kapazität)	Zoo Zürich (Schweiz)	-	+					Informationen sind einfach zugänglich (Barrieren und Verhaltenskontrolle) und das individuelle Verhalten kann entsprechend angepasst werden. Ist das Besucheraufkommen hoch, so kann selbstwirksam entschieden werden, den Zoo zu einer anderen Zeit zu besuchen. Diese Massnahme eignet sich für Pia, Clemens, Bertha, Mia & Max, da die Informationen einfach zugänglich sind und sie dadurch ihre wahrgenommene Anfälligkeit selbstwirksam verringern können.	Pia Clemens Bertha Mia and Max	
2			<a href="#">App Angaben zum aktuellen Besucher-aufkommen</a>	App mit Informationen zum aktuellen Besucheraufkommen eines bestimmten Bereichs der Stadt. Sie? informiert über stark frequentierte Bereiche der Stadt, damit Touristen diesen ausweichen und zu einem anderen Zeitpunkt besichtigen können.	FeelFlorence (Italien)	-	+						Durch die App sind Informationen einfach abrufbar und das Verhalten kann dementsprechend angepasst werden, wodurch bei einem Besuch eines wenig frequentierten Ortes die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Die Maßnahme eignet sich für Clemens und Bertha, weil sie flexibel sind und wissen, wie man eine App benutzt. Sie fühlen sich sicher, wenn sie ihren Besuch mit Hilfe der App selbstwirksam steuern und Orte besuchen können, die nicht überfüllt sind.	Clemens Bertha
3			<a href="#">Digital Wait</a>	Das Mitteilungssystem erlaubt es Personen, digital anzustehen und sie können sich so frei bewegen. Daher müssen sie nicht in der Schlange stehen oder in einem Wartezimmer sitzen. Wenn die Person an der Reihe ist, klingelt das Gerät wie bei einem Handy.	Digital Phone (Deutschland)	-	+						Dadurch kann die wahrgenommene Anfälligkeit verringert werden, da die Personen nicht physisch nah beieinander anstehen müssen. Ebenso wird das Warten für die Kunden angenehmer, wodurch der Nutzen gegeben ist. Diese Massnahme eignet sich für Anton, da er eine tiefe Einstellung gegenüber NPIs hat. Er erkennt jedoch einen Nutzen in dieser Maßnahme, da er nicht in der Schlange warten muss, sondern während der Wartezeit etwas anderes tun kann. Die Maßnahme verringert nicht nur die Ansteckungsgefahr, sondern wertet das Erlebnis generell auf. Auch für Kinder ist das Stehen in der Warteschlange oft mühsam. Mit dieser Massnahme können die Kinder von Mia und Max zum Beispiel auf einem Spielplatz spielen, statt in der Schlange zu warten, und auch die Eltern fühlen sich sicher, weil sie nicht in einem überfüllten Raum warten müssen.	Anton Clemens Bertha Mia and Max
4			<a href="#">Onlineticket mit Ankunftszeit</a>	Beim Ticketkauf muss die Ankunftszeit angegeben werden, damit nicht alle Besucher zur gleichen Zeit kommen und diese sich über den Tag verteilen.		-	+					+	Dadurch kann die wahrgenommene Anfälligkeit verringert werden, da die Personen nicht alle zum gleichen Zeitpunkt eintreffen und sich das Besucheraufkommen verteilt. Es erhöht jedoch auch die Barrieren, da vorab geplant werden muss.	Clemens Bertha Max and Mia
5			<a href="#">Anmeldung und Kontingente</a>	Eine freiwillige Mitarbeit im Kinderzoo geht nur noch mit einer Anmeldung durch die Eltern und die Anzahl Plätze sind beschränkt.	Zoo Basel (Schweiz)	-	+					+	Kinder können nicht einfach vorbei gehen, die Eltern müssen einen Mehraufwand betreiben, damit die Kinder mitarbeiten können. Da die Teilnehmeranzahl neu beschränkt ist, steigen die Barrieren, hingegen wird der Nutzen und die Anfälligkeit positiv angesprochen, da die Kinder welche teilnehmen können, besser geschützt sind. Dies ist eine geeignete Maßnahme für Mia und Max, da die Massnahme für Kinder und ihre Eltern gedacht ist.	Mia and Max
6		Stay Home Angebote	<a href="#">fill the fridge</a>	Online-Lebensmitteleinkauf bei einem Hotelaufenthalt, damit die Gäste nicht in ein Einkaufszentrum müssen.	Pite Havsbad (Schweden)	-	+						Gäste vermeiden Kontakt mit anderen Personen, indem sie online einkaufen. Dadurch sinkt die Anfälligkeit und der Nutzen ist gegeben. Insbesondere Bertha und Clemens reagieren auf diese Maßnahme, da sich die wahrgenommene Anfälligkeit verringert und eine innovative Lösung dargestellt wird.	Clemens Bertha

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona
7		<a href="#">Hoteloffice</a>	Hotelzimmer werden als Homeoffice vermietet.	diverse Hotelbetriebe (Weltweit)	-	+					+	Aus Sicht der Gäste können diese sich selbstwirksam in einem Hotel einrichten und so eine mögliche Ansteckung unterbinden. Die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt dementsprechend. Damit dies möglich ist, müssen die finanziellen Rahmenbedingungen jedoch gegeben sein. Diese Massnahme ist für eine Zielgruppe wie Bertha geeignet. Denn diese NPI ist speziell auf Menschen ausgerichtet, die in ihrem Umfeld Risikopersonen haben. Wenn Bertha beispielsweise erfährt, dass sie Kontakt zu einer infizierten Person hatte, kann sie ein paar Nächte im Hotel bleiben, um sicherzustellen, dass sie nicht infiziert ist. Auf diese Weise kann Bertha das Risiko einer Ansteckung ihres Partners vermeiden.	Bertha
8		<a href="#">Kunst Digital</a>	Diverse innovative Ideen von Schweizer Kulturstiftenden, um während des Lockdowns digitale Angebote zu offerieren (z.B. online Konzert des Sinfonieorchester Basel, digitaler Museumsrundgang).	diverse Initianten (Schweiz)	-	+				-		Das Angebot ermöglichte einen erleichterten Zugang (muss nicht vor Ort sein), weshalb die Barrieren sinken. Es bietet auch die Möglichkeit, trotz Schliessungen die Kunst digital zu erleben, wodurch der Nutzen gegeben ist. Durch einen digitalen Museumsbesuch gibt es keinen Kontakt zu anderen Personen, wodurch die Anfälligkeit sinkt. Aufgrund des innovativen Ansatzes sprechen vor allem Clemens und Bertha auf diese Massnahme an, da sie zu Hause bleiben und trotzdem virtuell im Museum sein können.	Clemens Bertha
9	Durchmischung vermeiden	<a href="#">Trennwände</a>	Zwischen Tischen und am Tresen werden Plexiglas-Scheiben angebracht, um Gästegruppen voneinander zu trennen.	diverse Restaurants (Schweiz)	-	+				-		Einzelne Gruppen bleiben unter sich, wodurch die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Die Massnahme fordert keine grosse Verhaltensänderung der Gäste, weshalb es leicht umzusetzen ist, und das Sicherheitsgefühl stärkt. Daher spricht diese NPI alle Personas ausser Anton an, weil dieser eine tiefe Einstellung gegenüber Massnahmen hat. Besonders risikoaverse Personen wie Clemens und Pia können eine solche NPI für den Besuch eines Restaurants nutzen, da sie so keinen Kontakt zu anderen Gästen haben und die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt.	Pia Clemens Bertha Mia and Max Heinz
10		<a href="#">Autokonzert</a>	Damit die vorgeschriebenen Distanzregelungen eingehalten werden, werden Autokonzerte ins Leben gerufen. Die Musik wird via UKW übertragen oder via Kopfhörer von Silent Events.	Silent Events (Schweiz)	-	+				+		Dadurch besteht die Möglichkeit ein Event trotz Abstandsmassnahmen und Einschränkungen durchzuführen. Die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen ist gegeben. Hingegen können nur Personen, die im Besitz eines Autos sind, teilnehmen. Diese Massnahme eignet sich für Heinz, denn er hat das Bedürfnis, trotz der Einschränkungen soziale Kontakte zu pflegen und an Events teilzunehmen. Er ist dementsprechend bereit, einen Kompromiss einzugehen, um ein Konzert zu besuchen.	Heinz
11		<a href="#">Womo-Dinner</a>	Wohnmobil-Besitzer können auf dem Parkplatz eines Restaurants essen bestellen, welches ihnen ins Auto geliefert wird. Das Prinzip soll auch nach der Krise weiterverfolgt werden, indem Restaurants das Label «Wohnmobil willkommen» haben. Die Gäste dürfen nach dem Essen auf dem Parkplatz übernachten.	diverse Restaurants (Schweiz)	-	+					+		Trotz Restaurantschliessung können Personen, welche ein Wohnmobil haben auswärts essen. Da sie in ihrem Wohnmobil essen, besteht kein Kontakt zu anderen Personen und die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen ist gegeben. Die Massnahme geht mit hohen Barrieren einher, da diese nur für Personen, welche im Besitz eines Wohnmobils sind, geeignet ist. Aus diesem Grund kann es keiner Persona zugeordnet werden.

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona
12	Roboter	<a href="#">Serres Séparées</a>	Es handelt sich um kleine Gewächshäuser, die den Restaurantgästen installiert werden, um auch in Pandemiezeiten einen sicheren Raum zum Auswärtsessen zu bieten. Jedes dieser Gewächshäuser besitzt einen Tisch sowie mehrere Sitzgelegenheiten.	Mediamatic (Niederlande)	-	+						Einzelne Gruppen bleiben unter sich, wodurch die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Die Massnahme fordert keine grosse Verhaltensänderung der Gäste, sodass die Barrieren sehr klein sind und das Sicherheitsgefühl gestärkt wird. Daher spricht diese NPI alle Personas ausser Anton an, wegen seiner tiefen Einstellung. Besonders risikoaverse Personen wie Clemens und Pia sprechen auf diese NPI an, da sie unter sich bleiben und nicht in Kontakt mit anderen Gästegruppen kommen.	Pia Anton Clemens Bertha Heinz
13		<a href="#">Roboter in Restaurants einsetzen</a>	In Restaurants wird das Servicepersonal durch Roboter ersetzt, welche Getränke und Essen servieren. So sollen die Abstände zwischen Kunden und Personal eingehalten werden.	Restaurant (Holland)	-	+						Der physische Kontakt mit dem Servicepersonal wird unterbunden, was die wahrgenommene Anfälligkeit verringert. Wenn die Roboter die gleiche Servicequalität bieten wie das Personal, so ist der Nutzen aus Sicht des Gastes gegeben. Die Massnahme verlangt keine wesentliche Verhaltensänderung und spricht Kunden an, die generell eine hohe Akzeptanz für den Einsatz moderner Technik haben. Daher eignet sich die Massnahme für Clemens, Anton und Heinz, da sie die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben ermöglicht.	Clemens Anton Heinz
14		<a href="#">Roboter erinnert an Mindestabstand</a>	Ein Roboter bewegt sich durch den Park und spielt eine Sprachnachricht ab, um Besucher an den Mindestabstand zu erinnern. Zusätzlich zählt er die Anzahl an Besuchern und stellt sicher, dass die Kapazität nicht überschritten wird.	Parkbehörde Singapur	-	+							Der Roboter erinnert Personen daran, sich an die Abstandsregelungen zu halten und so selbstwirksam zur Eindämmung der Pandemie beizutragen. Durch die Zählung der Besucher wird verhindert, dass zu viele Personen im Park sind, wodurch die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Diese NPI eignet sich für Clemens, da er Innovationen unterstützt und dadurch sein wahrgenommener Nutzen beeinflusst wird.
15	Schutzmasken	<a href="#">OP-Masken</a>	Masken, welche so konstruiert sind, dass Tröpfchen und andere biologische Flüssigkeiten nicht durch die Maske kommen und so vor einer Infektion durch Tröpfchen schützen.	diverse Anbieter (Weltweit)	-	+					+	Diese Maske schützt vor einer Tröpfcheninfektion, wodurch die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen gegeben ist. Die Masken sind fast überall erhältlich und das Tragen der Masken stellt keine grossen Unannehmlichkeiten dar (verglichen zu FFP2-Maske wesentlich angenehmer zu tragen). Diese Maßnahme ist für alle Gästegruppen ausser für Anton geeignet. Aufgrund der geringen Barrieren in Kombination mit der Verringerung der wahrgenommenen Anfälligkeit wird die Maßnahme empfohlen. Außerdem wird die Maßnahme in allen Bereichen des öffentlichen Lebens umgesetzt, weshalb die Maßnahme auch auf Reisen als nicht hinderlich bewertet werden kann.	Pia Clemens Bertha Mia and Max Heinz
16		<a href="#">Community-Maske</a>	Anbieter produzieren wiederverwendbare Stoffmasken, welche an Anlehnung an die zertifizierten OP-Masken hergestellt werden und den Mindestanforderungen entsprechen.	diverse Anbieter (Schweiz)	-	+						+	Die Masken entsprechen den minimalen Anforderungen, weshalb der wahrgenommene Nutzen angesprochen wird und die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Die Masken sind jedoch nicht überall erhältlich und für Personen ist es schwer zu erkennen, ob die Stoffmaske die Mindestanforderung tatsächlich erfüllt. Diese Massnahme eignet sich für Heinz, denn für ihn bieten die Mindestanforderungen ausreichenden Schutz.

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona				
Airborne Transmission	Schutzmasken	17	<a href="#">Osmotex</a>	Eine Technologie aus aktiven Membranen, leitfähigen Textilien und elektroosmotischen Prozesse, um Mikroorganismen zu sterilisieren. Diese Technologie wird in den Gesichtsmasken eingesetzt und schützt so vor der Übertragung durch Aerosole und Tröpfchen.	Osmotex (Schweiz)	-	+					+	+	Diese Maske schützt nicht nur von einer Tröpfcheninfektion, sondern auch von Aerosolen, wodurch die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen gegeben ist. Die Masken sind jedoch nicht überall erhältlich, weshalb die Barrieren steigen. Diese Maske eignet sich für Clemens, weil er innovative Lösungen unterstützt. Er hat kein Problem damit, dass die Maske nicht überall gekauft werden kann und nimmt den Mehraufwand gerne in Kauf, weil er weiß, dass die Maske mehr Schutz bietet als eine OP-Maske. Wegen des zusätzlichen Schutzes spricht auch Bertha auf diese Massnahme an.	Clemens Bertha		
		18	<a href="#">FFP2 Masken</a>	Masken, welche so konstruiert sind, dass Aerosole nicht eingeatmet werden können und der Sitz der Maske keine Lücken lässt.	diverse Hersteller (weltweit)	-	+								Diese Maske schützt nicht nur von einer Tröpfcheninfektion, sondern auch von Aerosolen, wodurch die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen gegeben ist. Die Masken sind vielerorts erhältlich und das Tragen der Masken stellt keine grossen Unannehmlichkeiten dar (verglichen zu OP-Masken jedoch unangenehmer zu tragen). Wegen des höheren Schutzfaktors ist die Maske auch für Bertha und Pia empfehlenswert. Es macht ihnen nichts aus, dass sie unbequem zu tragen ist, solange sie wissen, dass diese Maske besser schützt.	Bertha Pia	
		19	<a href="#">Wiederverwendbare Maske</a>	Entwicklung einer ökologischen und waschbaren Gesichtsmaske, welche gegen Bakterien und Viren langanhaltend schützt.	Livipro (Schweiz)	-	+							+	+	Diese Maske schützt nicht nur vor einer Tröpfcheninfektion, sondern auch vor Aerosolen, wodurch die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen gegeben ist. Die Masken sind jedoch nur eingeschränkt erhältlich, weshalb die Barrieren steigen. Diese Maske ist besonders für Bertha geeignet, da sie Schutz bietet und umweltfreundlicher ist als andere Masken.	Bertha
		20	<a href="#">Virustatic Shield</a>	Schutzmaske mit antiviraler Beschichtung. Für die Maske werden handelsübliche Materialien mit einer speziellen Beschichtung kombiniert. Dank der Beschichtung ist eine antivirale, multifunktionale Maske entstanden, die laut Labortestergebnissen die Übertragung von Grippeviren durch die Luft verhindert.	virtualistic Shield (UK)	-	+							+	+	Diese Maske schützt nicht nur vor einer Tröpfcheninfektion, sondern auch vor Aerosolen, wodurch die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen gegeben ist. Die Masken sind jedoch nur bedingt erhältlich, weshalb die Barrieren steigen. Diese Maske spricht Clemens an, weil er innovative Lösungen unterstützt und gerne ausprobiert. Er hat kein Problem damit, dass es die Maske nicht überall zu kaufen gibt und nimmt den Mehraufwand gerne in Kauf, weil er weiß, dass die Maske mehr Schutz bietet als eine OP-Maske.	Clemens
	21	Luftqualität	<a href="#">CO2-Zähler</a>	Messgeräte messen den CO2-Gehalt in einem Raum und geben an, wenn dieser zu hoch ist. Der Messer beginnt zu piepsen und das Zimmer muss gelüftet werden, um frische Luft in den Raum zu bringen.	diverse Initianten (Schweiz)	-	+							-	Durch die Überprüfung der Luftqualität werden Räume gelüftet, sobald der CO2-Gehalt zu hoch ist. Dadurch sinkt die Konzentration an Viren in der Luft und die Anfälligkeit sinkt. Die Massnahme ist einfach umzusetzen, weshalb die Verhaltenskontrolle angesprochen wird und der Nutzen gegeben ist.	Pia Clemens Bertha Mia and Max Heinz	
	22		<a href="#">Luftreiniger</a>	Luftreiniger mit bestimmten Filterklassen filtern die Luft und töten Viren und Bakterien in einem geschlossenen Raum.	diverse Initianten (Schweiz und Deutschland)	-	+								gleiche Argumentation wie CO2-Zähler?, jedoch muss das Zimmer nicht aktiv gelüftet werden, hingegen sind die Anschaffungskosten höher. Diese Maßnahme ist einfach umzusetzen und erfordert keine große Verhaltensänderung, weshalb die Massnahme für alle Personas geeignet ist.	Pia Clemens Bertha Mia and Max Heinz	
	23		<a href="#">richtiges Lüften</a>	Anleitungen wie Räume richtig gelüftet werden, sodass die Luft möglichst stark durchmischt wird.	diverse Initianten (Schweiz und Deutschland)	-	+								Es bedarf keine Anschaffungskosten und ist einfach umzusetzen. Die Anfälligkeit sinkt und der Nutzen ist gegeben. Ebenso kann selbstwirksam zur Eindämmung der Pandemie beigetragen werden. Die Massnahme kann bei fast allen Personen angewendet werden, da sie es gewohnt sind, ihre Räume regelmäßig zu lüften.	Pia Clemens Bertha Mia and Max	

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona
24	diverses	<a href="#">Heizpilze</a>	Heizpilze in Aussenräumen ermöglicht Gästen, trotz niedrigen Temperaturen draussen zu sitzen und Speisen und Getränke zu konsumieren.	diverse Restaurants und Bars (Schweiz)	-	+				-		Personen halten sich so nicht in geschlossenen Räumen auf, wo die Luftdurchmischung nicht immer optimal ist. Dadurch sinkt die wahrgenommene Anfälligkeit und der Nutzen ist gegeben. Die Massnahme wurde ursprünglich umgesetzt, damit Personen ohne Zertifikat trotzdem konsumieren können. Daher spricht diese Massnahme vor allem solche Gäste an und verringert ihre Barrieren. Dies entspricht Heinz und Anton, denn sie sind gerne in Gesellschaft und haben so die Möglichkeit, sich auch bei kälteren Temperaturen mit Freunden zu treffen.	Heinz Anton
25		Musikkampagnen	<a href="#">Cartoon-Musikvideo</a>	Cartoonvideo im Karaoke-Stil zur Aufklärung über Corona - dazu gibt es einen Tanz auf TikTok zum richtigen Händewaschen.	Regierung Vietnam (Vietnam)		+	+					Das Video ist einfach zugänglich und kann sich schnell online verbreiten. Es informiert spielerisch über die Hygienemassnahmen und kann so die Einstellung ansprechen. Durch den Mitmachfaktor wird auch die subjektive Norm beeinflusst. Diese Maßnahme ist besonders für die Kinder von Mia und Max geeignet, da sie mittanzen können und spielerisch aufgeklärt werden.
26	<a href="#">Rap-Song</a>		diverse Rap-Songs über Corona um die Jugendlichen anzusprechen	Hip-Hop Public health (USA)		+	+					Das Video ist einfach zugänglich und kann sich schnell online verbreiten. Es informiert spielerisch über die Hygienemassnahmen und kann so die Einstellung ansprechen. Diese Maßnahme wurde speziell für Jugendliche entwickelt. Ihr Ziel ist es, mit Emotionen Aufmerksamkeit zu erregen und dem Publikum die Vorteile der Einhaltung von NPIs aufzuzeigen und gleichzeitig die von ihnen wahrgenommenen Barrieren abzubauen.	
27	Regierungskampagnen		<a href="#">Deutschland gegen Corona</a>	Initiative in Deutschland gegen Corona, die auf Abstand und Prävention hinweist. Es ist eine Solidaritätskampagne unter dem Hashtag allefüralle.	Bundesregierung (Deutschland)		+	+			-		Die Initiative zeigt Informationen einfach verständlich, vertrauenswürdig und zugänglich auf (Nutzen, Barrieren). Durch die Wissensvermittlung kann die Einstellung angesprochen werden. Diese Maßnahme richtet sich an alle Personengruppen, ausgenommen Anton. Der Schwerpunkt liegt auf dem Wissenstransfer und der Vermittlung von Informationen und News. Auf diese Weise können Menschen die gewünschten Informationen erhalten, ohne viel recherchieren zu müssen, weshalb sie auch Pia anspricht. Darüber hinaus wird die Initiative auf Regierungsebene gestartet, weshalb das Vertrauen gross ist.
28		<a href="#">Schau auf dich, schau auf mich</a>	Informations- und Solidaritätskampagne von der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit dem Roten Kreuz, zur Verbreitung aktueller Informationen auf diversen Kanälen.	Bundesregierung und Rotes Kreuz (Österreich)		+	+				-		Die Website bereitet Informationen einfach, verständlich, vertrauenswürdig und zugänglich auf (Nutzen, Barrieren). Durch die Wissensvermittlung kann die Einstellung angesprochen werden. Diese Maßnahme richtet sich an alle Personengruppen, ausgenommen Anton. Der Schwerpunkt liegt auf dem Wissenstransfer und der Vermittlung von Informationen und News. Auf diese Weise können die Menschen die gewünschten Informationen erhalten, ohne viel recherchieren zu müssen, weshalb sie auch Pia anspricht. Darüber hinaus wird die Initiative auf Regierungsebene gestartet, weshalb das Vertrauen gross ist.

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona
29		<a href="#">Informationskampagne BAG</a>	Kampagne, welche sämtliche Informationen auf einer Website bündelt (Videos, Reiseinformationen, Zertifikat, Testen, Impfen, Hygienemassnahmen)	Bundesamt für Gesundheit (Schweiz)		+		+		-		Die Website bereitet Informationen einfach verständlich, vertrauenswürdig und zugänglich auf (Nutzen, Barrieren). Durch die Wissensvermittlung kann die Einstellung angesprochen werden. Diese Maßnahme richtet sich an alle Personengruppen, ausgenommen Anton. Der Schwerpunkt liegt auf dem Wissenstransfer und der Vermittlung von Informationen und News. Auf diese Weise können die Menschen die gewünschten Informationen erhalten, ohne viel recherchieren zu müssen, weshalb sie auch Pia anspricht. Darüber hinaus wird die Initiative auf Regierungsebene gestartet, weshalb das Vertrauen gross ist.	Pia Clemens Bertha Mia and Max Heinz
30		<a href="#">Werbespot</a>	Ein Werbespot zeigt, wie ein älterer Herr rückblickend über seine Erfahrungen mit Corona spricht.	Bundesregierung (Deutschland)		+		+		-		Die Kampagne hat das Ziel, Menschen zu sensibilisieren und einen Anreiz zu setzen, sich an die Massnahmen zu halten. Dadurch wird vordergründig die Einstellung angesprochen. Sie beabsichtigt mit Emotionen Aufmerksamkeit zu erregen und dem Publikum die Vorteile der Einhaltung von NPI zu zeigen, während sie gleichzeitig die von ihnen wahrgenommenen Barrieren abbauen. Diese NPI beeinflusst die Einstellung von Heinz, da er eine soziale Person und gerne im Austausch mit anderen steht, was aber während der Pandemie nicht immer möglich ist. Sie sensibilisiert, weil Heinz sich mit der Person im Video identifiziert.	Heinz
31	Reisekampagnen	<a href="#">Flugmeilen fürs zu Hause bleiben</a>	Thai Airways schenkt Kunden Flugmeilen, für jede Stunde, die sie zu Hause bleiben. Kontrolliert wird dies mit einer App via Standortabfrage.	Thai Airways (Thailand)		+		+				Durch die Aktion werden Leute die sich an die Regeln halten belohnt. Es wird ein finanzieller Anreiz geschaffen, wodurch die Selbstwirksamkeit vordergründig angesprochen wird. Für die teilnehmenden Personen ist der Nutzen gegeben (erhalt von Flugmeilen). Diese Möglichkeit eignet sich für Clemens, da er einen Vorteil hat, wenn er zu Hause ist und kein Problem hat, seinen Standort zu teilen.	Clemens Anton
32		<a href="#">Recovery Kampagne</a>	mehrteilige Medienkampagne von Schweiz Tourismus, um für einen Urlaub in der Schweiz zu werben	Schweiz Tourismus (Schweiz)		+				-		Die Kampagne zeigt, dass auch im Inland Ferien gemacht werden können und bietet so eine Alternative zu Auslandsreisen. Dadurch sinken die Barrieren, als wenn die Person ins Ausland reisen würde. Die Kampagne wendet sich an Personen wie Heinz und Anton, die gerne ins Ausland reisen, dies aber nicht tun können. Die Kampagne macht darauf aufmerksam, dass sie auch in der Schweiz etwas Tolles erleben können.	Heinz Anton
33		<a href="#">Reisekampagne für Deutschland</a>	Die Kampagne soll unter dem Motto "Deutschland neu entdecken" Anreize setzen, in Deutschland Urlaub zu machen und auf Fernreisen zu verzichten.	Deutsche Bahn (Deutschland)		+					-		Die Kampagne zeigt, dass auch im Inland Ferien gemacht werden können und bietet so eine Alternative zu Auslandsreisen. Dadurch sinken die Barrieren, als wenn die Person ins Ausland reisen würde. Die Kampagne wendet sich an Personen wie Heinz und Anton, die gerne ins Ausland reisen, dies aber nicht tun können. Die Kampagne macht darauf aufmerksam, dass sie auch in Deutschland etwas Tolles erleben können.

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
34	Hygienekampagne	<a href="#">Clean&amp;Safe Zertifikat</a>	Damit die Gäste wissen, dass die vorgeschriebenen Schutzkonzepte eingehalten werden, wird das Zertifikat an Betriebe in der Schweiz vergeben, um zu zeigen, dass die Massnahmen eingehalten werden.	Schweiz Tourismus (Schweiz)	-	+				-		Durch die Ausstellung eines vertrauenswürdigen Zertifikats wird der wahrgenommenen Anfälligkeit entgegengewirkt. Der Nutzen ist gegeben, weil das Zertifikat in der ganzen Schweiz und in allen Tourismusbereichen (Gastgewerbe, Bergbahnen, Restaurants usw.) verwendet werden kann und die Gäste leicht informiert werden. Zudem werden Barrieren verringert, da die Gäste einfach über das Einhalten der Hygienemassnahmen informiert werden. Diese Maßnahme spricht Menschen an, denen die korrekte Umsetzung von NPIs wichtig ist, so auch Pia, Clemens, Bertha & Max. Die Einheitlichkeit erleichtert den Zugang zu Informationen über das Schutzkonzept, was besonders für Pia von Vorteil ist.	Pia Clemens Bertha Mia & Max	
35		<a href="#">United Clean Plus</a>	Ein Schutzkonzept für Sauberkeit und Hygiene in sämtlichen United Flügen, welches nach aussen kommuniziert wird.	United Airlines (USA)	-	+				-		Durch die Ausstellung eines vertrauenswürdigen Zertifikats wird die wahrgenommene Anfälligkeit verringert. Der Nutzen ist gegeben, denn das Zertifikat schafft Vertrauen und die Gäste werden aktiv informiert und müssen nicht selbst nach Informationen suchen. Diese Informationen erhöhen das Vertrauen und das Wissen, dass Hygienemaßnahmen umgesetzt werden. Allerdings liefert die NPI nur Informationen für einen bestimmten Betrieb und die Einhaltung kann nicht überprüft werden, weshalb besonders anfällige Personen skeptisch bleiben. Diese Maßnahme macht jedoch Informationen zugänglich, weshalb sie sich vor allem an Clemens, Mia & Max und Bertha richten, da es für sie wichtig ist zu sehen, dass ein Unternehmen sich um die Sicherheit bemüht. Pia hat dasselbe Bedürfnis, aber für sie ist es nur geeignet, wenn sie dem Unternehmen vertraut und die Informationen klar kommuniziert werden.	Clemens Mia & Max Bertha	
36		<a href="#">Sicherheitsprotokoll</a>	Hotelbetriebe nennen interne Massnahmen zur Erhöhung des Sicherheitsgefühls und kommunizieren diese ihren Gästen.	diverse Betriebe (weltweit)	-	+					-		Durch die Ausstellung eines vertrauenswürdigen Zertifikats wird die wahrgenommene Anfälligkeit verringert. Der Nutzen ist gegeben, denn das Zertifikat schafft Vertrauen und die Gäste werden aktiv informiert und müssen nicht selbst nach Informationen suchen. Diese Informationen erhöhen das Vertrauen und das Wissen, dass Hygienemaßnahmen umgesetzt werden. Allerdings liefert die NPI nur Informationen für einen bestimmten Betrieb und die Einhaltung kann nicht überprüft werden, weshalb besonders anfällige Personen skeptisch bleiben. Diese Maßnahme macht jedoch Informationen zugänglich, weshalb sie sich vor allem an Clemens, Mia & Max und Bertha richten, da es für sie wichtig ist zu sehen, dass ein Unternehmen sich um die Sicherheit bemüht. Pia hat dasselbe Bedürfnis, aber für sie ist es nur geeignet, wenn sie dem Unternehmen vertraut und die Informationen klar kommuniziert werden.	Clemens Mia & Max Bertha
37		Zielgruppenorientierte Kampagne	<a href="#">#SeifenBoss</a>	Für Kinder und Jugendliche aufbereitete Informationen wie Hände richtig gewaschen werden.	Kanton Solothurn (Schweiz)		+		+				Durch die zielgruppenorientierte Kampagne können die Subjektive Norm und die Einstellung der Zielgruppe gezielt angesprochen werden und die Zielgruppe kann auf einer emotionalen Ebene abgeholt werden. Diese NPI ist speziell auf Kinder und Jugendliche ausgerichtet und kann somit auch die Kinder von Mia & Max aufklären.	Mia & Max

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
38		<a href="#">Jugend-Insta-kampagne</a>	Um die Jugendlichen zum Impfen zu motivieren, wurde spezielle eine auf Sie zugeschnittene Kampagne erstellt	Bundesamt für Gesundheit (Schweiz)		+		+		-		Durch die zielgruppenorientierte Kampagne können die Subjektive Norm und die Einstellung der Zielgruppe gezielt angesprochen werden und die Zielgruppe kann auf einer emotionalen Ebene abgeholt werden. Sie zielt auch darauf ab, dem Publikum die Vorteile der Einhaltung von NPI zu zeigen und gleichzeitig die von ihnen wahrgenommenen Barrieren abzubauen. Diese NPI richtet sich speziell an Jugendliche, weshalb keine der Personas durch die NPI angesprochen wird.		
39		<a href="#">Spread the World not the virus</a>	In China gab es eine gross angelegte Social Media-Kampagne, in denen Jugendliche in ihrer indigenen Sprache die von der WHO vorgegebenen Informationen verbreiten. Andere Nationalitäten schlossen sich dem Trend an.	UNDP (China)		+		+				Das Video ist einfach zugänglich und kann sich schnell online verbreiten. Es informiert über die Hygienemassnahmen und kann so die Einstellung ansprechen. Durch die Verwendung indigener Sprachen wird auch die subjektive Norm beeinflusst. Diese Kampagne gefällt Bertha besonders gut. Sie hält es für wichtig, dass alle Menschen Zugang zu den Informationen haben, da sie der Meinung ist, dass die Ausbreitung des Virus nur gemeinsam gestoppt werden kann.	Bertha	
40		<a href="#">Kampagne Berlin</a>	Kampagne soll sensibilisieren, lustige Sprüche wie "Maske auf - sonst lokal zu" werden eingesetzt	Stadt Berlin (Deutschland)		+		+			-		Durch die zielgruppenorientierte Kampagne können die Subjektive Norm und die Einstellung der Zielgruppe gezielt angesprochen werden und die Zielgruppe kann auf einer emotionalen Ebene abgeholt werden. Das Ziel ist es, die Personen zu sensibilisieren und zu ermutigen sich an die geltenden Massnahmen wie Maskentragen zu halten und so die wahrgenommenen Barrieren zu senken. Diese Aufforderung zur Einhaltung der Maßnahmen spricht insbesondere Skeptiker wie Anton an. Es wird gezeigt, dass die Nachteile des Tragens einer Maske viel geringer sind, als wenn die Bars und Restaurants schließen müssten. Dies erhöht den Anreiz, die Maßnahmen zu befolgen. Da es um die Aufrechterhaltung des sozialen Lebens geht, wird auch Heinz angesprochen.	Anton Heinz
41		<a href="#">Minion-Clip</a>	Ein Video von Gru und den Minions (aus dem Film: ich - einfach unverbesserlich) mit Informationen zum richtigen Verhalten. Das Video ist kinderfreundlich und humorvoll aufbereitet.	WHO (weltweit)		+		+			-		Durch die zielgruppenorientierte Kampagne kann die Einstellung der Zielgruppe auf einer emotionalen Ebene angesprochen werden, sodass sie sich an die geltenden NPIs halten, da ihre wahrgenommenen Barrieren gesenkt werden. Durch die Verwendung der bekannten Minions und Gru werden vor allem Kinder angesprochen und deren Aufmerksamkeit geweckt, weshalb diese Kampagne vor allem die Kinder von Mia & Max anspricht.	Mia & Max
42	professionelle Multiplikatoren	<a href="#">Influencer</a>	Influencer werben für eine Impfung auf Social-Media und verbreiten Informationen an ihre Follower	diverse Influencer (weltweit)		+		+			-	Influencer können ihre Follower effektiv ansprechen und sensibilisieren. Die Einstellung der Zielgruppe kann auf einer emotionalen Ebene angesprochen werden und werden ermutigt sich an die NPIs zu halten, da ihre wahrgenommenen Barrieren gesenkt werden. Die Maßnahme hat einen Einfluss auf eine Persona, wenn diese in sozialen Medien aktiv ist und sich von Influencern inspirieren lässt und ihnen vertraut. Es ist davon auszugehen, dass dies bei Anton (z. B. Outdoor-Influencer), Heinz (z. B. berühmte Fußballspieler) oder Bertha (z. B. Anhängerin veganer Influencer) der Fall sein könnte.	Anton Heinz Bertha	



Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona			
43		<a href="#">Prominente für Impfkampagne</a>	die BAG Kampagne "ein Herz für alle" bezieht Schweizer Bekanntheiten aktiv mit ein.	diverse Bekanntheiten und BAG (Schweiz)		+		+				Durch die Promis können die Zielgruppen effektiv angesprochen und sensibilisiert werden. Vordergründig wird die subjektive Norm der Fans angesprochen. Diese Maßnahme hat einen Einfluss auf eine Persona, wenn diese ein Fan des jeweiligen Prominenten ist. Aus diesem Grund kann beurteilt werden, welche Persona angesprochen wird.				
44		<a href="#">Gesundheitspersonal berichtet über Social Media</a>	diverse Ärzte und Pflegende, die im Kontakt mit Covid-Erkrankten sind, teilen ihre Meinungen und Erfahrungen auf Social-Media.	Gesundheitspersonal (Schweiz)		+		+					Das Gesundheitspersonal informiert auf emotionaler sowie auf wissenschaftlicher Ebene. Obwohl diese Personen keine Prominente sind, schenkt man ihnen Vertrauen, da diese tagtäglich mit der Pandemie in Berührung sind. Aus diesem Grund wird die Einstellung angesprochen. Diese Maßnahme ist für Bertha besonders geeignet, da sie von Risikopersonen umgeben ist und sich in das Gesundheitspersonal einfühlend fühlen kann. Es motiviert sie, sich an die Maßnahmen zu halten, damit das Gesundheitspersonal nicht noch mehr kranke Patienten bekommt. Es könnte Anton auch die Augen öffnen, wenn er sieht, wie die Situation in Krankenhäusern aussieht und wie sehr Menschen leiden können.	Bertha Anton		
45	Diagnose	Infrastruktur	<a href="#">Drive-in Test Center</a>	Personen werden aus dem Auto heraus getestet, um den Kontakt mit Personen möglichst zu meiden.	Air Force Center (Schweiz)	-	+				-	-	Dadurch, dass Personen aus dem Auto heraus getestet werden, werden die Kontaktpunkte minimiert und die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt. Zudem ist es komfortabel und bequem sich aus dem Auto heraus testen zu lassen. Dies ist vor allem für Bertha eine geeignete Maßnahme, denn es ist ihr wichtig, im Falle einer Ansteckung keine anderen Menschen anzustecken.	Bertha		
46			<a href="#">Flughafen Testcenter</a>	Installation einfaches "walk-in Testcenter" direkt an Flughäfen	diverse Flughafen (Schweiz)		+					-	-	Reisende können direkt vor dem Abflug einen Test machen, wodurch der Aufwand verringert wird. Diese NPI eignet sich für Personen, die mit dem Flugzeug ins Ausland reisen und in der Regel nicht im Voraus einen Testtermin an einem anderen Ort vereinbart haben. Deshalb richtet sich diese NPI an Anton und Heinz, die so wenig Aufwand wie möglich haben wollen.	Anton Heinz	
47			<a href="#">Impfen vor der Party</a>	Jugendliche können sich bis 23 Uhr impfen und testen lassen. So können sie vor der Party einen Test machen und erhalten danach ein Zertifikat, womit sie an der Party teilnehmen dürfen.	Kanton Waadt (Schweiz)		+						-	-	Partybesuchende können direkt vor dem Einlass einen Test machen, wodurch der Aufwand verringert wird. Diese NPI ist für Heinz gut geeignet. Da er sich nicht intensiv mit den gegebenen Vorschriften auseinandersetzt und dennoch auf die Party gehen will, hat er keinen zusätzlichen Aufwand, sich zu impfen.	Heinz
48			<a href="#">Tests aus dem Automaten</a>	An der ETH wird ein Covid-Test benutzerfreundlich gestaltet mit Selbsttest und Pool-Testing. Das Test-kit wird aus einem Automaten entnommen, eigenständig durchgeführt und in einer Box abgegeben. Der Personalaufwand wird so verringert.	ETH Zürich (Schweiz)		+						-	-	Der Zugang zu Tests wird wesentlich vereinfacht. Personen können sich selbstständig testen und müssen keinen grossen Aufwand auf sich nehmen, da sich am Arbeitsplatz eine Testmöglichkeit haben. Diese Maßnahme ist für Bertha geeignet, weil sie sich regelmässig testet. Das Testverfahren wird viel weniger kompliziert und einfacher.	Bertha
49			<a href="#">Teststation vor dem Restaurant</a>	Bevor das Restaurant besucht wird, kann vor Ort ein Schnelltest durchgeführt werden und ein Zertifikat wird ausgestellt.	diverse betriebe (Schweiz)		+						-	-	Besuchende können direkt vor dem Restaurant einen Test machen, wodurch der Aufwand verringert wird. Dies ist eine geeignete NPI für Personen, die sich nicht im Voraus testen, oder kein Zertifikat besitzen. Es ermöglicht einen einfachen Zugang und ist daher vor allem für Heinz und Anton geeignet, da sie sich direkt vor dem Restaurant testen können. Generell spricht eine einfach zugängliche Teststation vor Attraktionen alle Personen an, die kein Zertifikat haben.	Heinz Anton

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
50	mögliche Erkrankung erkennen	<a href="#">Anti-Epidemie Robots</a>	Anti-Epidemie Roboter um Covid erkrankte bei der Einreise am Flughafen zu erkennen. Er erinnert Personen daran, die Maske zu tragen und misst die Temperatur von bis zu 150 Personen in der Minute.	UNDP und Regierung Rwanda (Rwanda)	-	+				+		Die Roboter können Personen in kurzer Zeit kontrollieren und sind daher effizienter als Mitarbeiter. Aufgrund der innovativen Technologie spricht vor allem Clemens auf diese Maßnahme an. Auch Bertha unterstützt die Maßnahme, da sie weiß, dass dies eine Kontrollinstanz darstellt und ihr Sicherheitsgefühl stärkt. Außerdem kann es sich auf den wahrgenommenen Nutzen für Mia & Max und Heinz auswirken, da die Wartezeit kürzer ist.	Clemens Bertha Mia & Max Heinz	
51		<a href="#">Roboter anstatt Personal einsetzen</a>	um Kontakt zu vermeiden, werden Roboter an Events eingesetzt. Sie desinfizieren Räumlichkeiten mit UV, stellen Informationen zur Verfügung und messen die Körpertemperatur der Gäste	World Youth Forum (Ägypten)	-	+				+		Durch die Roboter können Personen innert kurzer Zeit gescreent werden und Kontakt zu Personal wird vermieden. Auch der Einsatz von Desinfektionen sorgen für eine kleinere wahrgenommene Anfälligkeit. Aufgrund der innovativen Technologie spricht vor allem Clemens auf diese Maßnahme an und auch Bertha unterstützt die Maßnahme, da der Kontakt zum Personal reduziert wird.	Clemens Bertha	
52		<a href="#">clearstep</a>	COVID-19 Chat-basierter Screener: Der Screener stellt Fragen zu Symptomen, Reisen und zum Kontakt mit anderen. Nachdem der Benutzer alle Fragen beantwortet hat, erhält er eine Bewertung seiner COVID-19-Exposition. Zusätzlich werden die nächsten Schritte zum weiteren Vorgehen angezeigt.	Clearstep (USA)		+					-		Es dient als nützliches Tool um potenzielle Ansteckungen zu ermitteln und den Betroffenen eine Entscheidungshilfe zu bieten (Nutzen). Zudem ist der Screener einfach zugänglich und unterstützt Personen, sich richtig zu verhalten. Das ist vor allem für Bertha und Clemens eine zusätzliche Entscheidungshilfe, denn sie fühlen sich sicherer und wissen, wie sie sich im Falle einer möglichen Ansteckung verhalten müssen.	Clemens Bertha
53		Überprüfung der Zertifikate	<a href="#">Zertifikats-scanner</a>	Personen können beim Eintritt in das Gebäude das Zertifikat selbstständig scannen und bekommen dann ein Kleber mit ihrem Namen, der bestätigt, dass die Person im Besitz eines gültigen Zertifikates ist.	HSLU (Schweiz)		+				-		Die Massnahme erfordert weniger Personal und ist für die Besucher einfach umzusetzen. Warteschlangen können verkürzt werden, weshalb der wahrgenommene Nutzen für Anton, Heinz, Clemens und Mia&Max gegeben ist. Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass das Zertifikat nicht gescannt wird und eine menschliche Kontrollinstanz fehlt. Auch Clemens findet diese Maßnahme hilfreich und scannt das Zertifikat gerne, weil er von der Technik fasziniert ist.	Clemens Bertha Anton Heinz Mia & Max
54			<a href="#">e-Display</a>	Mittels QR-Code wird das Zertifikat und das Gesicht gescannt. Optional kann auch die Temperatur gemessen werden, oder erkannt werden, ob die Person eine Maske trägt oder nicht.	e-display.ch (Schweiz)		+					-	Die Massnahme erfordert weniger Personal und ist für die Besucher einfach umzusetzen. Warteschlangen können verkürzt werden, weshalb der Nutzen für Anton und Heinz gegeben ist. Es besteht jedoch die Gefahr, dass Personen wie Bertha oder Mia&Max aus Datenschutzgründen nicht wollen, dass ihr Gesicht gescannt wird. Clemens hingegen findet diese Maßnahme hilfreich und scannt die Urkunde gerne, weil er von der Technik fasziniert ist.	Clemens Heinz Anton
55	Wissensaustausch Schulungen	<a href="#">Schulung SME</a>	kostenlose Schulung für SMEs zu möglichen Strategien, um die Verluste aufgrund von Covid zu minimieren.	International Training Center		+						Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene Satz nicht fertig???. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.		
56		<a href="#">WeDoctor</a>	Virtuelle Sessions mittels WeDoctor. Chinesische Experten tauschen Ihr Wissen zur Krankheit mit über 250 Ärzten aus Afrikanischen Ländern aus.	WeDoctor (China, Kenia, Uganda, Südsudan)		+						Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene Satz nicht fertig??. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.		

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
57	Netzwerk und Innovationen	<a href="#">Mitarbeiter-schulung E-Learning Plattform</a>	Eine Mitarbeiterschulung, welche allgemeine Informationen über die Prävention hin bis zum richtigen Umgang mit Gästen, lehrt.	Epicert (Deutschland)		+						Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene Satz nicht fertig??. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.		
58		<a href="#">Schulung für Hotelier und Gastronomen</a>	Eine Schulung zur effizienten und raschen Umsetzung der Corona Richtlinien im eigenen Unternehmen.	Epicert (Deutschland)		+						Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene XXX. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.		
59		<a href="#">Innovation Map</a>	Eine digitale Weltkarte, auf der innovative Projekte im Zusammenhang mit Corona aufgelistet werden, sodass Informationen einfacher zugänglich werden und sich Experten austauschen können.	Health Innovation Exchange und Startup Blink (weltweit)		+							Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene XXX. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.	
60		<a href="#">Helpful ETH</a>	Eine Plattform, welche Ingenieurteams mit Ärzten zusammenbringt, um einfache und schnelle Lösungen im Zusammenhang mit Codiv-19 zu entwickeln.	ETH Zürich (Schweiz)		+							Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene XXX. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.	
61		<a href="#">Hackaton</a>	Hackaton für digitale Gesundheitslösungen im Zusammenhang mit Corona. Es gab mehr als 1200 Bewerbungen.	UNDP und National Incubation Center (Pakistan)		+							Diese Massnahme ist lediglich auf unternehmerischer Ebene XXX. Aufgrund des erlangten Wissens können die Unternehmen handeln und Initiative ergreifen. Diese Initiativen haben je nach Ausmass einen Einfluss auf die Gäste, können aber verschieden ausfallen, weshalb die Zuordnung zum Modell aus gästespezifischer Sicht nicht möglich ist.	
indirect droplet transmission	Disinfection	<a href="#">Desinfektionsmittelspender an Eingängen</a>	In diversen Betrieben und öffentlichen Bereichen werden Desinfektionsspender aufgestellt, sodass Personen, welche den Raum betreten die Hände desinfizieren können.	diverse Betriebe (weltweit)	-	+					-	+	Durch die Nutzung werden Viren an der Hand abgetötet. Diese Massnahme ist einfach umzusetzen. Der Nutzen ist gegeben und die Massnahme wird als sinnvoll erachtet. Diese NPI richtet sich an Pia, Clemens, Bertha und Mia&Max. Für sie ist es nützlich, denn es ermöglicht die Einhaltung von Hygienestandards und senkt ihre wahrgenommene Anfälligkeit.	Pia Clemens Bertha Mia&Max
		<a href="#">Desinfektion von öffentlichen Plätzen aus der Luft aus</a>	Einsatz von Drohen, um öffentliche Plätze von der Luft aus zu desinfizieren	DJI (china)	-	+								Eine grossflächige Desinfektion verringert die wahrgenommene Anfälligkeit. Ressourcen werden eingespart und auch unzugängliche Orte können innert kurzer Zeit erreicht werden. Diese NPI spricht vor allem Clemens an, da er sehr technikbegeistert ist. Da die Menschen ihr Verhalten nicht ändern müssen und die gefühlte Anfälligkeit gesenkt wird, könnte auch Pia diese NPI trotz der modernen Technik gefallen.

Kategorie	Massnahmengruppe	Massnahme	Beschrieb	Initiant (Land)	Wahrg. Anfälligkeit	Wahrg. Nutzen	Risikoverhalten	Einstellung	Wahrg. Schwere	Wahrg. Barrieren	W. Verhaltenskontrolle	Begründung der Zuordnung	Persona	
		<a href="#">Roboter mit UV-C-Licht</a>	Roboter desinfizieren die Luft und Flächen im Hotelzimmer mit UV-C-Licht. Die Roboter reinigen selbstständig, d.h. die Mitarbeitenden befinden sich nicht im selben Raum wie der Roboter, um sie nicht zu gefährden.	V8 Hotel Böblingen (Deutschland)	-	+						Durch den Einsatz von UV-C-Licht werden Viren unschädlich gemacht. Dadurch sinkt die Anfälligkeit und der Nutzen wird gegeben. Diese NPI spricht vor allem Clemens an, da er sehr technikbegeistert ist. Es bedarf keiner Verhaltensänderung und die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt, wodurch auch Pia angesprochen werden kann. Das Gleiche gilt für Bertha und Mia & Max, da sie in dieser Maßnahme einen Vorteil sehen, da sie wissen, dass niemand geschädigt wird und die Viren bei richtiger Anwendung effektiv abgetötet werden.	Pia Clemens Bertha Mia&Max	
		<a href="#">NovaRover</a>	Ein Reinigungs-Roboter, welcher im Flugzeug einen antimicrobes Gemisch versprüht und auf sämtlichen Oberflächen verteilt. Dieses Gemisch tötet Bakterien und Viren ab und verhindert dessen Vermehrung.	UnitedAirlines (USA)	-	+						Durch die Desinfektion sinkt die wahrgenommene Anfälligkeit. Dadurch, dass ressourcenschonend desinfiziert wird, wird der Nutzen angesprochen. Diese NPI spricht vor allem Clemens an, da er sehr technikbegeistert ist. Es bedarf keiner Verhaltensänderung und die wahrgenommene Anfälligkeit sinkt, wodurch auch Pia angesprochen werden kann. Das Gleiche gilt für Bertha und Mia & Max, da sie in dieser Maßnahme einen Vorteil sehen, da sie wissen, dass niemand geschädigt wird und die Viren bei richtiger Anwendung effektiv abgetötet werden.	Pia Clemens Bertha Mia&Max	
		<a href="#">Händefreies Türöffnen</a>	Vorrichtung ermöglicht die Öffnung von Türen im Lebensmittelgeschäft mit dem Unterarm, sodass die Hände nicht benutzt werden müssen.	Fortum (Finnland)	-	+						+	Durch die Massnahme muss die Hand nicht benutzt werden und das Risiko infiziert zu werden sinkt. Die Massnahme ist einfach umzusetzen, weshalb neben der niedrigeren wahrgenommenen Anfälligkeit auch der Nutzen gegeben ist. Diese NPI eignet sich für Pia, Clemens, Bertha und Mia&Max.	Pia Clemens Bertha Mia&Max
		<a href="#">Selbstdesinfizierender Türgriff</a>	Ein Türgriff, welcher merkt, wenn jemand den Griff anfasst. Wird der Griff losgelassen, wird dieser automatisch mit einem Schwamm, der im Griff sitzt, desinfiziert.	Tweaq (England und Schweiz)	-	+						+	Durch die Massnahme können Viren und Bakterien an Türgriffen nicht überleben. Dadurch sinkt das Infektionsrisiko und die Anfälligkeit sinkt. Aus Nutzersicht verändert sich das Verhalten nicht, weshalb auch der Nutzen gegeben ist. Die Massnahme richtet sich daher an Clemens, Pia, Bertha und Mia & Max.	Clemens Mia&Max
		<a href="#">Türgriff aus Silber und Kupfer</a>	Ein Überzug für Türgriffe aus Silber und Kupfer, welche antiviral und antibakteriell wirken und daher Coronaviren unschädlich machen.	Freyline (Deutschland)	-	+							Durch die Massnahme können Viren und Bakterien an Türgriffen nicht überleben. Dadurch sinkt das Infektionsrisiko und die Anfälligkeit sinkt. Aus Nutzersicht verändert sich das Verhalten nicht, weshalb auch der Nutzen gegeben ist. Die Massnahme richtet sich daher an Clemens, Pia, Bertha und Mia & Max.	
		<a href="#">Sanitizing Pads</a>	Türgriffe werden mit desinfizierenden Klebern ausgestattet, welche 99% der Viren töten	World Youth Forum (Ägypten)	-	+							+	Durch die Massnahme können Viren und Bakterien an Türgriffen nicht überleben. Dadurch sinkt das Infektionsrisiko und die Anfälligkeit sinkt. Aus Nutzersicht verändert sich das Verhalten nicht, weshalb auch der Nutzen gegeben ist. Die Massnahme richtet sich daher an Clemens, Pia, Bertha und Mia & Max.
<b>Hände waschen</b>	<a href="#">Pathspot</a>	PathSpot ist ein Scanner, der die Effizienz des Händewaschens überprüft. Nach dem Händewaschen legt man die Hände in den Scanner und sieht sofort, wie effektiv das Händewaschen war. Mit dem Scanner können Teams die Qualität des Händewaschens verfolgen und Verbesserungen ermöglichen.	Pathspot (USA)	-	+					+	+	Durch die Massnahme können die Nutzenden selbstwirksam überprüfen, ob sie sich an die Hygienemassnahmen halten und gegebenenfalls die Hände nochmals waschen. Dies senkt die Verhaltenskontrolle, kann aber auch die Hemmschwelle erhöhen, wenn die Hand erneut gewaschen werden muss. Diese Maßnahme ist besonders für die Kinder von Mia&Max geeignet, da sie auf spielerische Art und Weise kontrollieren können, ob sie sich die Hände gewaschen haben. Sie passt auch zu Clemens, da es eine Innovation ist.		

Die Ordnung der Einflussdimensionen entsprechen der Einflussstärke auf die Reiseabsicht. Die subjektive Norm und die Selbstwirksamkeit haben keinen signifikanten Einfluss auf die Reiseabsicht.

1. Perceived Susceptibility (beta = -0.370) ; wahrgenommene Anfälligkeit
2. Perceived benefits (beta = 0.202); wahrgenommener Nutzen
3. Risk taking behaviour (beta = 0.102) ; Risikoverhalten
4. Attitude NPIs (beta = -0.091) ; Einstellung
5. Perceived severity (beta = -0.86) ; Wahrgenommene Schwere
6. Perceived barriers NPIs (beta = -0.71); wahrgenommene Barrieren
7. Perceived behavioural control NPIs (beta = 0.67) ; Wahrgenommene Verhaltenskontrolle

Jede Massnahme wurde aus Sicht der Touristen bewertet. Dass bedeutet, es wurde erodiert, welche der Dimensionen angesprochen werden und somit die Reiseabsicht verändert wird. Je mehr Dimensionen angesprochen werden, desto empfehlenswerter ist die Massnahme. Meist aber sprechen die Massnahmen 2 bis 3 der genannten Dimensionen an, weshalb eine Kombination von verschiedenen NPI als lohnenswert erachtet wird.

Die Studie von XYZ bestätigte die Hypothese, dass je Höher der Nutzen beim Ausführen einer Massnahme, desto höher ist die Reiseabsicht. Auf dieser Argumentationsgrundlage kann schlussgefolgert werden, dass sämtliche vorgeschlagene Massnahmen einen wahrgenommenen Nutzen haben. Denn eine geeignete Massnahme geht im Allgemeinen mit dem wahrgenommenen Nutzen einher. Ist dies nicht der Fall ist die Massnahme nicht empfehlenswert. Beispielsweise verringert das Tragen einer Maske die wahrgenommene Anfälligkeit, denn das Ansteckungsrisiko sinkt. Schlussfolgernd spricht somit das Umsetzen der Massnahme auch den Nutzen an.

Das Risikoverhalten beschreibt gemäss (Quelle) das Allgemeine Risikoverhalten einer Person. So wurde beispielsweise anhand der Frage, wie gross die Wahrscheinlichkeit ist, in der Wildnis zu campen, das allgemeine Risikoverhalten festgestellt. Die Studie ergab, dass Personen mit einem hohen risikoverhalten eine grössere Reiseabsicht während covid-19 haben. Das Risikoverhalten von Personen zu beeinflussen, ist mittels NPI eher schwer zu erreichen, da dies von diversen Faktoren abhängig ist, welche über die Massnahmen hinaus gehen. So hat das Geschlecht, das Alter und die Reiseart einen Einfluss auf das Risikoverhalten. Junge Backpackers sind Risikofreudiger, ebenso wie Raucher und Raucherinnen.<sup>1</sup> Die Massnahmen können lediglich das wahrgenommene Risiko verringern<sup>2</sup>, doch das Risikoverhalten selbst kann durch Massnahmen nicht verändert werden. Aus diesem Grund wird spricht keine der Massnahmen direkt das Risikoverhalten an.

Schlussfolgernd ergibt sich aus der Analyse der NPI nach Aiken, dass eine allgemeine Empfehlung von NPIs für den Tourismussektor anhand des Modells nur schwer auszuarbeiten ist. Hingegen empfiehlt es sich, dass Modell auf spezifische Zielgruppen anzuwenden und die Massnahmen den Zielgruppen anzupassen. Diese Vorgehensweise wurde auch von den Experten im Workshop vorgeschlagen. So zieht beispielsweise eine eher risikoaverse Person aus der Massnahme «digital wait» oder «Online Angaben zum Besucheraufkommen» einen grösseren Nutzen, verglichen zu einer risikofreudigen Person. Denn eine risikofreudige Person macht ihre Reiseabsicht nicht von dem Besucheraufkommen abhängig, wohingegen eine risikoaverse Person eine Reise eher antritt, wenn sie weiss, dass die Auslastung gering ist. Mit diesen Massnahmen wird für beide Zielgruppen die wahrgenommene Anfälligkeit gesenkt, wohingegen der der wahrgenommene Nutzen einer risikoaversen Person stärker ist, als

---

<sup>1</sup> <https://academic.oup.com/jtm/article/25/1/tay064/5069446?login=true>

<sup>2</sup> <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-04-2020-0063/full/pdf>

bei einer risikoaffinen Person. Dieses Beispiel zeigt auf, wie unterschiedlich die Massnahmen auf die jeweiligen Zielgruppe wirken können. Aus diesem Grund werden für die aus dem Workshop verwendeten Personas in einem weiteren Schritt spezifische Massnahmen vorgeschlagen. Ziel ist es, dass die Touristiker und Touristikerinnen in einem ersten Schritt ihre Zielgruppe anhand des Modells identifizieren und in einem nächsten Schritt unsere Empfehlungen für die jeweiligen Personas zuziehen können um, die für sie optimalsten NPIs zu erarbeiten. So werden die bestehenden Zielgruppen ( z.B. best-agers) mit den Attributen aus dem Modell erweitert (z.B. hohe wahrgenommene Anfälligkeit und risikoavers).